

盲卡成为“社交密码”，不玩卡牌或被认为“跟不上潮流” 当青少年热衷拆盲卡，谁来守护理性消费？

12月初，在上海某商场的文创店里，几名中学生围在琳琅满目的盲盒货架前，反复掂量、摇晃着盒子，试图从细微声响中捕捉“隐藏款”的线索。不远处，卡牌自助售卖机屏幕闪烁，一名小学生正仰头盯着翻滚的卡包动画，手中拿着一沓卡片……继盲盒之后，以动漫、游戏、影视等IP为主题的盲卡，正在成为众多“00后”甚至“10后”的“心头好”。

“盲卡其实就是盲盒和‘谷子’结合起来的一类变种。”在天津从事相关生意多年的张先生介绍，“谷子”是英文“goods(商品)”的谐音，基本是动漫、影视剧和游戏的周边，比如徽章、钥匙扣、卡牌等小商品。卡牌大多围绕热门IP的主人公限量发售，一般上市就引发抢购，然后二级市场跟着炒作。盲卡在中小學生中很火。

但这小小卡牌却是不少家长的“心头刺”。这种拆盲卡盲盒的游戏潜藏什么风险？应如何有效治理？

消费失控：从“零花钱”到“豪掷千金”

地板上，一沓沓卡牌杂乱地堆叠在一起，旁边还散落着几个五颜六色的卡牌盒子，有的盒子已经空了，有的只剩两三包卡牌……上海陈女士提供的照片中，这张照片格外显眼。

陈女士的女儿已是小学五年级的学生，用陈女士的话来说，“自家女儿每天神秘神秘的，不知道在搞什么”，直到有一天，陈女士在收拾女儿的房间时发现，女儿的衣柜角落多出一堆“五颜六色的卡通纸片”，存钱罐里攒了几年的压岁钱所剩无几。

“老人家觉得这是孩子的爱好，又能带来快乐。一开始没在意金额，后来才发现，为了凑齐一套所谓的‘稀有卡’，投入像滚雪球一样越来越大。”来自上海的小贝妈妈说，这一两年间，外公为小贝的“爱好”花费了上万元。高一学生小李则说，她和同学常交流抽盒心得，也会在网上观看“拆箱”视频，那种期待和偶然获得的惊喜感，是吸引她的主要原因。她说：“端盒(购买一整系列)太贵了，我通常只抽自己喜欢的系列。但有时候为了那个最喜欢的款式，会忍不住多抽几次。”

为了调查未成年人沉迷盲卡的情况，近日，有媒体前往北京市朝阳区、海淀区、西城区的多家卡牌专卖店进行观察。在线下购买卡牌的未成年人多为小学生，还有些面庞稚嫩的中学生。

线下卡牌系列不同，价格也不尽相同，一些卡牌两三元就能买到一袋，而价格高一些的能达到20元。例如，某知名动画最新款联名卡牌单包价格约为19.8元，一盒有16包，“端盒”价格316元。

“一下拆一整盒(卡牌)，这样比较爽。”就读于北京市朝阳区某小学三年级的悦悦(化名)说。悦悦有好几个喜欢的卡牌系列，放假时她常拉着奶奶一起去卡牌店。她说，在他们班，有的同学会一次购买一整盒卡牌，拆完后留下其中的“高卡位”(即较为稀有、印刷更精美的卡牌)，剩余的“普卡”(工艺简单，发行量大的卡片，在卡包中占比最多)由于价值不高，一般会被直接扔掉。

一些校园里，拆卡文化流行，盲卡成为“社交密码”，不玩卡牌或被认为“跟不上潮流”，有了好卡牌则等于有了好人缘。“一张稀有卡能换来全班同学的羡慕。”北京某中学门口，初三学生小杨展示着一张“哪吒”黑背卡，为了抽中此卡，他用两周的早餐费买了23包卡牌，“拆到的时候心跳加速，手都在抖，感觉自己是‘天选之子’”。

数据显示，从2019年到2024年，中国集换式卡牌市场规模从28亿元增长至263亿元，复合年增长率达到56.6%，2025年有望达到299亿元，是国内潮玩行业增长最快的细分品类。

沉迷背后：“商业陷阱”与监管滞后

“卡牌盲盒设计堪称精准捕捉未成年人心理弱点的‘商业陷阱’。”西南大学国家治理学院副院长张永红分析，“它利用心理学中的‘斯金纳箱’原理，通过随机奖励制造期待感。比如抽卡时‘下一次可能中奖’的错觉，会刺激大脑分泌多巴胺，让孩子不断重复购买行为。”

这些精心设计的“商业陷阱”，正在线上 and 线下的消费场景中不断蔓延。

在重庆，盲盒商家将“战场”布局在人流聚集的区域，例如观音桥、龙湖时代天街等热门商圈。2024年12月，一家知名商场改名后，正式开启二次元运营，大批“谷子”店入驻，也包含盲卡商店。这些商家地处热门商圈，人流量较大。

在线上，各类短视频平台的直播间中，“10连抽必中”“最后3箱！错过再无”等营销话语十分常见。主播们夸张展示拆出稀有卡时的兴奋表情，镜头还会刻意放大包装撕开的声响。这些设计好的视听效果，配合“集齐整套就能兑换限量手办”等诱导性奖励机制，让缺乏消费自制力的儿童青少年不断冲动下单。曾有网友在直播间15分钟内下单200包小马宝莉卡牌，“豪掷”1500余元。

盲盒的商业模式很容易

“套牢”小消费者。媒体在调查中发现，部分盲卡评级机构与厂商形成利益关联，将普通卡片包装成具有投资价值的“理财产品”。商家以“越贵的卡包抽到好卡的概率越大”“稀有卡片可获得高额回报”“反手赚10倍卡费”等噱头，通过营销话术和抽奖机制诱导未成年人不停购买卡包。

“此类设计涉嫌利用未成年人心理发育尚未成熟、自控能力较弱的特点，诱导他们进行非理性消费，有悖于未成年人保护法中‘不得危害未成年人身心健康’的立法宗旨。”西南大学法学院教授杨复卫说。

部分盲卡在部分店里会涉及年龄提示，一般是12+或16+，但在结账时商家并未严查顾客年龄，常有一些小学阶段的学生结伴出现在店里。而线上平台依赖用户自主填写信息，缺乏严格身份验证。

此外，未成年人沉迷抽盲卡，也有监管滞后的原因。“比如，在动辄上万元的未成年人盲卡消费案例中，除了孩子自身的好奇与收集欲，部分长辈无界限的‘支持’，比如祖辈出于疼爱，将卡牌作为频繁的奖励或礼物，也可能在无意中助推了非理性消费，使监管意图在实际的家庭互动中落空。家



长一方面担心如手机、游戏让孩子沉迷，另一方面又在有意无意地培养孩子对于盲盒获取的兴趣，其实两者本质上并未有多大区别。”

“很多消费发生在家庭内部授权或默认之下，甚至是一种情感馈赠。事后即便觉得不妥，也难以简单归咎于商家。”上海市静安区家庭教育指导中心主任陈小文表示，如何界定“监护人同意”，尤其是在隔代抚养、亲情付等场景下，成为实践中的模糊地带。

国家市场监督管理总局印发的《盲盒经营行为规范指引(试行)》明确规定，盲盒经营者不得向未满8周岁未成年人销售盲盒。向8周岁及以上未成年人销售盲盒商品，应当依法确认已取得相关监护人的同意。但这只是一个规范性指导文件，并未规定相应处罚。实际经营中很难落实身份核验。“我也不可能让人家给我看身份证，说白了只要不穿校服，看着别太小，我也就卖了。”张先生说。

专家观点

面对孩子的潜在成瘾行为，家长需把握适度干预的原则。如以科学理性的方式与孩子沟通，用“概率计算”让孩子认清商家套路，帮助其认识到过度沉迷拆卡对身心健康、学业发展及人际关系的现实危害。同时，通过制定时间规划表、设立目标激励机制等方式，循序渐进培养孩子的自我管理 ability。

——北京回龙观医院成瘾医学中心主任杨可冰

部分经营者抱着侥幸心理，认为经营盲卡不会构成赌博罪，此类“擦边赌博”行为因而愈演愈烈。平台要对主播和商家的宣传内容加强审核，发现违法违规问题及时采取限流、下架等措施，否则同样可能承担民事赔偿和行政处罚责任。

——中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长 陈音江

如果抽卡具有付费投入、以小博大的不确定性及可变现产出等因素，就可能涉嫌赌博这样的违法风险。同时，如果商家没有向消费者明确地公示，这个抽卡的概率以及规则，那么可能就侵害消费者的知情权和公平交易权。举个例子，如果商家在抽卡的时候抽出稀有卡，对它的概率进行夸大宣传，鼓励消费者进行“端盒”，那么这样的行为就是涉及虚假宣传。

——海南法立信律师事务所律师 李宇喆

沉迷于卡片的学生在学习状态上上有一定波动，比如上课时注意力分散，导致课堂效率低下，周末在家里、晚上牺牲了本该劳动的时间、运动时间和阅读时间，用来收集整理这些卡片。

——重庆市渝北实验小学校长 代静静

声音

盲盒“未成年人模式”不应成摆设

◎ 张连洲

近年来，以盲盒为标志的惊喜经济席卷消费市场，尤以各类卡牌盲盒为甚，在青少年群体中掀起热潮。然而，在这股消费热潮背后，未成年人沉迷抽卡、非理性消费、攀比成风等现象屡见不鲜，令人忧心。尽管国家市场监管总局出台《盲盒经营行为规范指引(试行)》，明确禁止向8岁以下儿童销售盲盒，并要求对8岁以上未成年人销售时须经监护人同意，但现实中，“未成年人模式”却频频沦为“纸面规定”，形同虚设。监管之网若不织密织牢，盲盒终将沦为收割未成年人的“商业陷阱”。

要让“未成年人模式”真正起效，必须强化监管的穿透力与执行力。首先，监管部门应细化规则，明确商家在销售盲盒时的年龄核验责任。线上平台须落实“实名认证+人脸识别+监护人二次验证”三重机制，确保购买行为真实合规；线下门店则应设立“未成年人购卡专区”，由工作人员现场确认监护人同意，并保留记录备查。同时，应加强对社交平台、二手交易市场的监测，斩断“代购”“卡片炒卖”等灰色产业链，防止规避监管的行为蔓延。

此外，监管不能仅靠“事后惩处”，更需前置预防。相关部门应联合平台、学校与家庭，推动建立盲盒消费预警机制。例如，当同一账户在短时间内高频购买盲盒，系统应自动触发消费提醒，推送至监护人手机；学校周边商铺应纳入重点监管范围，定期开展专项检查。同时，推动盲盒经营者公开抽中概率、产品价值等关键信息，杜绝信息不对称带来的“赌博式”消费心理。

“未成年人模式”不应是贴在包装上的标语，更不应是平台应付检查的摆设。唯有法律刚性、技术赋能、监管落地与社会共治形成合力，才能真正为孩子们撑起一把“保护伞”，让盲盒回归娱乐本质。

多方施策：完善立法和联合执法

如何规范盲卡市场？消费者权益如何保护？推动行业健康发展，必然要远离炒作、骗局、金钱游戏，营造一个风朗气清的消费环境。

“盲卡、盲盒本是一种娱乐方式，若缺乏约束，可能演变成‘收割’孩子钱包的工具。特别是通过话术诱导消费、模糊概率、虚构稀缺的行为，已经有违法之嫌。”天津盈科律师事务所律师郭振杰说。

“未成年人不具备完全民

事行为能力，不能随意购买高价盲卡。相关部门应当给盲卡盲盒出台严格的规章制度，加强对未成年人的保护。”郭振杰表示，“同时设置金额限制，避免天价盲卡。明确概率公示，不得虚假宣传。”

杨复卫建议进一步细化盲卡、盲盒监管规则，增设技术监管条款。要求线上平台实施“实名认证+人脸识别+监护人二次验证”三重验证机制，禁止未通过年龄核验的未成年人账户

进行交易。线下实体店则应设立“未成年人专区”，同时对违规商家处以高额罚款。

在执法监管层面，杨复卫认为，需建立市场监管、网信、教育等部门的联合执法机制，运用大数据分析识别异常交易，对虚假宣传、诱导消费等违法行为开展专项整治。

如果孩子出现大额消费，家长如何追回权益？《重庆市消费者权益保护委员会关于盲选卡片的消费提示》提出，家长发现孩子未获允许在线下门店消费，应提供该未成年人的年龄证明材料及所购商品、转账记录、收银小票等消费凭据。如孩子用家长账户在卡牌公司APP及小程序、直播间下单购买，应保留家长在该消费时间段不具备消费可能性等证据。当自身合法权益受损时，应及时与商家协商；如协商不成，及时向消委会投诉，依法维护自身合法权益。

学校也可通过主题班会等形式普及“集卡成瘾”危害，引导学生树立正确的消费观、价值观。专家建议，学校可组织卡牌设计比赛等活动，将学生注意力从攀比跟风转向创新创作，以健康方式替代沉迷行为。

(综合《人民日报》《法治日报》《新民晚报》等)



图片由AI生成